

四川林业科技

森林康养旅游者的认知与需求分析

黄妹, 李昌玉, 陶婷, 符英凡, 卢昌泰, 闻秋, 罗茂 and 覃署城

文献标志码: A

Citation: 四川林业科技, 42, 120 (2021) doi: 10.12172/202009300001

View online: <https://doi.org/10.12172/202009300001>

View Table of Contents:

Published by the 《四川林业科技》编辑部

Articles you may be interested in

森林康养产业发展研究综述

A Summary of Forest Health and Wellness Tourism Studies

四川林业科技. 2019, 40(2): 105; <https://doi.org/10.16779/j.cnki.1003-5508.2019.02.023>

基于森林康养的重庆市大圆洞国家森林公园发展策略

Development Strategy of Dayuandong National Forest Park of Chongqing City Based on Forest Therapy

四川林业科技. 2018, 39(1): 66; <https://doi.org/10.16779/j.cnki.1003-5508.2018.01.014>

基于SWOT分析的四川森林康养旅游发展路径研究

Research on the Development Path of Forest Health Tourism in Sichuan Based on SWOT

四川林业科技. 2017, 38(2): 132; <https://doi.org/10.16779/j.cnki.1003-5508.2017.02.027>

山地森林植被条件下的康养基地建设思考——以洪雅县玉屏山为例

Consideration on Building the Forest Health Base under Mountain Forest Vegetation Conditions

四川林业科技. 2017, 38(5): 118; <https://doi.org/10.16779/j.cnki.1003-5508.2017.05.028>

卧龙国家级自然保护区邓生保护站开展森林康养活动的探讨

A Study of Forest-therapy at Dengsheng Conservation Station of Wolong National Nature Reserve

四川林业科技. 2017, 38(4): 120; <https://doi.org/10.16779/j.cnki.1003-5508.2017.04.025>

游憩者对生态旅游型川西林盘林分建设需求的研究

A Study of the Requirement of Recreational Tourists to the Farmhouse Forest of Ecotourism Types in Western Sichuan Province

四川林业科技. 2017, 38(1): 22; <https://doi.org/10.16779/j.cnki.1003-5508.2017.01.005>



森林康养旅游者的认知与需求分析

黄妹¹, 李昌玉², 陶婷¹, 符英凡¹, 卢昌泰^{1*}, 闻秋¹, 罗茂¹, 覃署城¹

1. 四川农业大学旅游学院, 四川 都江堰 611830;
2. 汶川县林业和草原局, 四川 汶川 623000

2020-09-30 收稿, 2021-03-15 网络版发表

开放科学 (资源服务) 标识码 (OSID):

基金项目 四川省大学生创新训练计划项目“基于‘两山’理论的四川森林康养产品优化路径研究”(201910626062); 四川省社科重点研究基地国家公园研究中心项目“大熊猫国家公园康养旅游模式研究”(GJGY2019-ZC019)

黄妹 (1997—), 女, 学士, 3102130245@qq.com

* 通信作者 343754897@qq.com

摘要 森林康养旅游作为一种新的生态经济发展模式, 其发展受大众认知、经营者市场定位和产品供给等因素共同制约。选取四川省内典型森林康养基地, 通过实地调查、问卷调查等方法, 分析旅游者森林康养需求和主观态度, 探索经营者市场定位及产品开发方式, 为推进产业发展提供参考。结果表明: 游客普遍关心自身身体健康状况, 注重生活品质; 超过半数的人对森林康养旅游认知模糊, 但出游意愿较强, 且动机需求多样, 比较看重目的地的基础设施设备和交通便捷程度。

关键词 森林康养; 主观态度; 市场需求

根据 2019 年中国统计年鉴数据显示, 2018 年我国 65 岁及以上人口占比已经从 2000 年的 7% 上升到 11.9%, 人口老龄化问题日趋严重^[1]。在现在这样一个快速发展的经济社会中, 快节奏的工作生活使得人们的压力越来越大, 再加上人居环境的污染恶化, 人们的身心健康均受到严重影响。据世界卫生组织调查显示, 世界上 75% 的人都处于亚健康状态^[2]。森林环境利于人们康体养生, 森林康养作为传统医学手段之外的一种健康理疗方式, 与旅游相结合, 正成为一种新兴产业, 被越来越多的人群关注喜爱^[3-5]。但森林康养旅游发展处于初级阶段, 产业盲目发展, 而人们认知不足, 信息不对称使得森林康养旅游开发者与经营者对市场的定位不准, 森林康养旅游发展面临着一系列挑战^[6-8]。现有关于森林康养旅游的研究, 多集中在森林康养旅游的概念、机制、开发模式和资源评价等方面, 鲜有针对森林康养旅游者认知与需求分析的研究^[9]。基于四川典型森林康养基地的实地调查, 从人口统计学特征、游

客主观态度、游客森林康养旅游需求三个方面进行问卷设计, 并运用 SPSS 软件对回收的数据进行定量分析, 了解典型森林康养基地地区的旅游者市场需求和主观态度, 以期为森林康养旅游的市场定位与发展提供参考。

1 研究区选择

选取峨眉半山七里坪、洪雅玉屏山、洪雅瓦屋山和雅安碧峰峡、荣经龙苍沟森林康养基地为调研地。这些地方将其优质森林资源与现代医学和中医等传统医学有机结合, 是集森林康复、疗养、养生、休闲等于一体的旅游地, 能为游客提供多层次、多类型、高质量的森林康养服务, 满足游客康体养生需求。七里坪 2019 年全年接待游客 161.1 万人次, 实现旅游社会总收入 20.51 亿元; 玉屏山 2019 年完成接待游客量约 40 万人, 实现营业收入约 4590 万元; 瓦屋山每年可接待游客 40 万人, 年旅游收入可达 1800 万元; 雅安碧峰峡、荣经龙苍沟

引用格式: 黄妹, 李昌玉, 陶婷, 等. 森林康养旅游者的认知与需求分析[J]. 四川林业科技, 2021, 42(3): 120-125.

Huang M, Li C Y, Tao T, et al. Study on the cognition and demand analysis of forest health and wellness tourists[J]. Journal of Sichuan Forestry Science and Technology, 2021, 42(3): 120-125. doi: 10.12172/202009300001.

2018 年森林康养旅游接待人数 871 万人次, 旅游收入达到 60 亿元。研究区的森林康养旅游发展具有一定代表性, 以该地游客为研究对象, 利于进行游客对森林康养旅游认知与需求的调查研究。

2 研究方法

2.1 实地调查法

分别于 2019 年 8 月和 2020 年 4 月同时对研究区进行了 2 次实地调研, 通过对康养基地工作人员以及旅游者进行访谈, 从多个方面和角度对调研地森林康养产业发展的实际情况进行较为全面的把握, 以期从整体角度出发, 了解森林康养旅游者的认知与需求。

2.2 问卷调查法

在实地调查的基础上, 本研究从人口统计学特征、游客主观态度、游客森林康养旅游需求 3 个方面进行问卷设计。并于 2020 年 5—6 月, 发放问卷 250 份, 回收 232 份, 删除无效问卷 20 份, 剩余有效问卷 212 份, 有效回收率约为 91.4%。

2.3 数据分析与处理

运用 SPSS 软件, 对问卷回收的数据进行分析。通过信度分析和探索性因子分析, 检验问卷信度和效度。采用描述性统计分析, 分析样本人口统计特征、游客主观态度和游客森林康养旅游需求。

3 结果与分析

3.1 人口统计特征分析

如表 1 所示, 样本总数为 212。性别上, 女性居多, 占比 75.47%, 男性相对偏少; 年龄上, 18~30 岁占比 72.17%, 超过一半, 而 60 岁以上的康养旅游者相对较少, 仅占 1.42%; 受教育程度上, 大专及本科生占 71.23%; 职业上, 学生为主, 占 54.25%; 在家庭人均收入上, 2 501~5 000 元区间的比例高达 30.19%; 从居住地来看, 乡村人口居多, 占 54.25%; 每年平均出游率为 1~2 次者占比高达 69.34%。并运用 SPSS 进行信效度检验发现, 克隆巴赫系数 α 值为 0.732, KMO 值为 0.724, 巴特利特球形度检验的 F 值等于 0.000, 由此可以说明问卷具有良好的信效度。

表 1 样本人口统计学特征 Tab. 1 Demographic characteristics of the sample			
项目	类别	频数	百分比
性别	男	52	24.53%
	女	160	75.47%
年龄	18岁以下	6	2.83%
	18~30岁	153	72.17%
	31~45岁	31	14.62%
	46~60岁	19	8.96%
	60岁以上	3	1.42%
学历	初中及以下	24	11.32%
	高中/中专	29	13.68%
	大专/大学本科	151	71.23%
	硕士及以上	8	3.77%
职业	企业职工	30	14.15%
	旅游从业者	10	4.72%
	学生	115	54.25%
	自由职业	27	12.74%
家庭人均收入	其他	30	14.15%
	1 200元以下	42	19.81%
	1 201~2 500元	46	21.7%
	2 501~5 000元	64	30.19%
	5 001~8 000元	34	16.04%
所在地	8 000元以上	26	12.26%
	城市市区	60	28.3%
	城市郊区	37	17.45%
	乡村	115	54.25%
每年平均出游率	1~2次	147	69.34%
	3~5次	51	24.06%
	5次以上	14	6.6%

3.2 游客主观态度

如表 2 所示, 每个项目中选择“是”这一选项的人数占比都超过或接近 50%, 这表明大部分人都关注自己的身体健康状况和注重养生, 会在意生活的品质, 会感受到来自生活和工作的压力, 多数人的心情还会被情绪所左右, 且认为城市的环境状况(饮水、饮食、空气)对身体健康确有影响。处于亚健康状态的人占比 45.75%, 一定程度上说明人们非常重视身心健康状况, 而进行森林康养旅游有助于其身心健康。

3.3 游客森林康养旅游需求

如表 3 所示。(1) 从了解程度上看, 总计有

表 2 游客主观态度分析
Tab. 2 Analysis of tourists' subjective attitude

项目	类别	频数	百分比
是否关注您的身体健康状况和注重养生	是	124	58.49%
	否	16	7.55%
	偶尔	72	33.96%
是否关注生活的品质	是	130	61.32%
	否	19	8.96%
	偶尔	63	29.72%
是否感受到生活和工作的压力	是	156	73.58%
	否	18	8.49%
	偶尔	38	17.92%
是否经常被自己的情绪左右心情	是	105	49.53%
	否	36	16.98%
	偶尔	71	33.49%
健康状况	健康	108	50.94%
	亚健康	97	45.75%
	不健康	7	3.3%
是否同意城市的环境状况（饮水、饮食、空气）对身体健康有影响	是	152	71.7%
	否	26	12.26%
	偶尔	34	16.04%

58.02% 的游客对森林康养不太了解或不了解。这说明，虽然人们已经开始关注森林康养，但了解度并不高。（2）从游客的旅游意愿看，共有 79.24% 的游客表示有意愿进行森林康养旅游，这表明大部分人有森林康养旅游需求。（3）游客进行森林康养旅游的动机具有多样性，主要包括身体健康和修养身心、拥抱大自然、感受生活以及休闲度假。（4）半数以上人群对感知型审美体验、参与型实践体验和认知型学习体验类森林康养目的地感兴趣，但更偏向于前两者。（5）游客选择森林康养目的地考虑的因素很多，“景色”是最值得考虑的因素，其次是“时间”、“费用”和“距离”，而“目的地口碑”和“餐饮特色”对选择的影响相对较小。（6）在参加森林康养旅游时，与家人以及同事朋友一起旅游的人占比最高，参加旅行社组织的出游较少，这表明自助游更受青睐，侧面反映游客的个性化诉求。（7）就旅游消费来说，多数游客能接受的旅游平均消费为 500~800 元，其次是 300~500 元、800~1500 元和 1500 元以上。总之，游客对森林康养旅游消费的接受度还比较高。（8）在所能接受的旅游时间上，选择 1~2d 和 3~5d 的人占比达到了 80% 以上，说明游客能接受的森林康养旅游花费时间为 1~

5d。（9）大部分人认为一个优质的森林康养旅游目的地首先应该提供优质舒适的服务和环境，其次是休闲娱乐项目活动、森林康养体验服务和医疗心理护理服务。（10）游客对于森林康养旅游最看重条件的依次为交通便捷程度、基础设施设备、服务质量、地理位置、体验项目、住宿和餐饮。

4 结论与讨论

（1）森林康养旅游者主要集中在 18~30 年龄段群体，60 岁以上的康养旅游者相对较少，旅游者多为学生和企业职工。这可能与人群的生活工作学习环境、网络接触程度以及信息感知度有关。前者在日常生活与工作学习中，接触网络广告媒体较多，为主要网络接触人群，对森林康养产业的信息可能更加了解，更愿意去尝试新型旅游方式。而老年旅游者可能更偏向于口碑传播和传统纸媒，其认知来源受限，加上身体原因，森林康养出游率并不高。因此，森林康养旅游目的地要在关注 18~30 岁主要消费群体的同时，结合不同旅游消费者特点，合理选择不同的宣传渠道，让传统媒体和新媒体相结合，加大宣传营销力度，最大限度覆盖更多的旅游消费者群体，增加其森林康养出游率。

表 3 游客森林康养旅游需求
Tab. 3 Tourists' demand for forest health and wellness tourism

项目	类别	频数	百分比
森林康养的了解程度	非常了解	7	3.3%
	比较了解	44	20.75%
	了解	38	17.92%
	不太了解	112	52.83%
	非常不了解	11	5.19%
对森林康养旅游的意愿是否强烈	非常想去	20	9.43%
	想去	148	69.81%
	不想去	41	19.34%
	非常不想去	3	1.42%
进行森林康养旅游的动机是什么	身体健康、修养身心	139	65.57%
	拥抱大自然	148	69.81%
	感受生活	117	55.19%
	休闲度假	117	55.19%
感兴趣的森林康养目的地类型	感知型审美体验	150	70.75%
	认知型学习体验	112	52.83%
	参与型实践体验	144	67.92%
在选择森林康养目的时考虑的因素	费用	146	68.87%
	时间	148	69.81%
	兴趣爱好	125	58.96%
	距离	144	67.92%
	目的地口碑	113	53.3%
	景色	151	71.23%
	餐饮特色	96	45.28%
参加森林康养旅游时, 一般与 () 同行	一人前往	37	17.45%
	家人	150	70.75%
	同事好友	143	67.45%
	旅行社组织	31	14.62%
能接受的森林康养旅游平均消费	300~500元	74	34.91%
	500~800元	86	40.57%
	800~1 500元	43	20.28%
	1 500元以上	9	4.25%
能接受参与森林康养旅游花费的时间	1~2 d	72	33.96%
	3~5 d	103	48.58%
	5~7 d	25	11.79%
	7 d以上	12	5.66%
认为优质的森林康养目的地需要包含提供哪些服务	优质舒适的服务和环境	172	81.13%
	休闲娱乐项目和活动	165	77.83%
	森林康养体验服务	162	76.42%
	医疗、心理护理服务	110	51.89%
对于森林康养旅游最看重的是	地理位置	145	68.4%
	基础设施设备	154	72.64%
	交通便捷程度	156	73.58%
	服务质量	147	69.34%
	餐饮	107	50.47%
	住宿	124	58.49%
	体验项目	130	61.32%

(2) 超过半数的游客认为自身处于健康状态,但也有接近 46% 的人认为自己处于亚健康状态,这与他们提及的城市环境状况、生活和工作压力以及心情易受情绪影响有关。因此,绝大部分游客都非常关注自身身体健康状况,有养生和追求高品质生活的需求。一定程度上说明人们对于自己身心健康的管理已经从康复疗养转向控制预防,也从侧面说明进行森林康养旅游有助于人们的身心健康。因此,森林康养旅游目的地应根据不同人群健康状况,开发更为丰富的有利于缓解预防其身心健康问题的森林康养旅游产品,满足其对养生或高品质生活的需求。

(3) 多数游客对森林康养认知模糊,但出游意愿较强,且动机需求多样,十分看重目的地的基础设施设备和交通便捷程度。多数游客对于森林康养没有明确认知,不清楚其作用和功效,但有 69.81% 的游客表示想去进行森林康养旅游,这说明尽管游客对森林康养了解不足,但他们出于对自身健康状

况的关注、对度假生活和自然环境的热爱,还是愿意去尝试森林康养旅游,希望获得多样化的优质服务。在一定程度上反映了森林康养旅游巨大的市场潜力^[10]。由于森林康养基地多在地山之间,远离市区交通不便,一定程度上影响了游客的森林康养旅游体验^[11]。所以游客在进行森林康养旅游时,十分看重交通便捷程度和基础设施设备。因此,开发经营者要明确森林康养旅游的市场定位^[12],根据游客需求和旅游动机打造和丰富森林康养旅游产品,满足游客多样化的优质服务需求,并在不破坏原有森林景观的同时,做好基础设施建设,使其可进入性更强,给游客更高质量的旅游体验,为其打造一个美好旅途^[13]。

由于受抽样群体和抽样时间局限,不同季节游客群体可能不同,其需求也可能存在差异。未来研究可调查不同季节下的游客群体,以检验这一差异是否存在,完善现有研究内容。

参考文献

- [1] (中国) 国家统计局. 2019 中国统计年鉴[M]. 北京: 中国统计出版社, 2019.
- [2] 束怡, 楼毅, 张宏亮, 汪涵. 我国森林康养产业发展现状及路径探析——基于典型地区研究[J]. 世界林业研究, 2019, 32(4): 51-56.
- [3] 南海龙, 王小平, 陈峻崎, 朱建刚, 杨晓晖, 温志勇. 日本森林疗法及启示[J]. 世界林业研究, 2013, 26(3): 74-78.
- [4] 程希平, 陈鑫峰, 叶文, 赵敏燕, 李舒雅. 日本森林体验的发展及启示[J]. 世界林业研究, 2015, 28(2): 75-80.
- [5] 丛丽, 张玉钧. 对森林康养旅游科学性研究的思考[J]. 旅游学刊, 2016, 31(11): 6-8.
- [6] 许忠南. 森林康养发展模式及康养要素浅析[J]. 农业开发与装备, 2019(10): 148+151.
- [7] 杜朝云, 蒋春蓉. 森林康养发展概况[J]. 四川林勘设计, 2016(2): 6-9.
- [8] 铁铮, 田阳. 森林康养时代呼唤科学导航[J]. 绿色中国, 2017(13): 28-33.
- [9] 李济任, 许东. 森林康养旅游评价指标体系构建研究[J]. 林业经济, 2018(3): 28-34.
- [10] 李萍, 全继刚, 尚云峰. 浙江安吉森林康养旅游市场需求分析研究[J]. 经济研究导刊, 2019(31): 174-175+180.
- [11] 张杰. 广东省森林养生旅游开发研究[D]. 广州中医药大学, 2019.
- [12] 江宇. 基于 RMP 方法的雅安市乡村康养旅游发展研究[D]. 四川农业大学, 2018.
- [13] 黎燕琼, 李隽, 郑绍伟, 陈俊华, 蓝正勇, 杜波, 慕长龙, 李宇奇, 罗奕爽. 游憩者对生态旅游型川西林盘林分建设需求的研究[J]. 四川林业科技, 2017, 38(1): 22-26.

Summary for “森林康养旅游者的认知与需求分析”

Study on the Cognition and Demand Analysis of Forest Health and Wellness Tourists

HUANG Mei¹, LI Changyu², TAO Ting¹, FU Yingfan¹, LU Changtai^{1*}, WEN Qiu¹, LUO Mao¹, QIN Shucheng¹

¹ School of Tourism, Sichuan Agriculture University, Dujiangyan 611830, China;

² Wenchuan Forestry and Grassland Bureau, Wenchuan 623000, China

* Corresponding author, 343754897@qq.com

Abstract As a new eco-economic development model, the development of forest health and wellness tourism is constrained by many factors such as public cognition, market positioning of operators, and product supply. Selecting typical forest health and wellness base in Sichuan province, combined with field investigation, questionnaire survey and other methods, this study analyzed the tourists' forest health and wellness needs and subjective attitudes, explored the market positioning and product development methods of operators, and provided references for promoting industrial development. The results showed that: (1) Tourists generally cared about their own physical health and paid attention to the quality of life; (2) More than half of the tourists had a vague understanding of forest health and wellness tourism, but they had a strong willingness to travel and with diverse motivational needs, and paid more attention to the infrastructure and transportation convenience of the destination.

Key words Forest health and wellness; Subjective attitude; Market demand

doi: [10.12172/202009300001](https://doi.org/10.12172/202009300001)